TÀI LIỆU ĐẶC BIỆT

SUCCESSOCEANS | SO TEAM



CHIẾN LƯỢC CHÍNH BẠN CẦN PHẢI HỌC TỪ CÁCH LÀM MARKETING CỦA APPLE

#1 TƯ DUY LẠI CÁCH THỨC QUẢNG CÁO

APPLE DỰA VÀO 2 CHIẾN LƯỢC KHÁC BIỆT HOÀN TOÀN: VỊ THẾ SẢN PHẨM VÀ TIẾNG VANG CÓ ĐƯỢC TỪ ĐÁNH GIÁ TÍCH CỰC CỦA TRUYỀN THÔNG

● Ngay cả khi bạn không có nguồn lực và ngân sách như Apple, thì bạn vẫn có thể tận dụng cách tiếp cận này.

● Bạn có thể hoàn toàn tiếp cận được người trong cuộc và người tạo ảnh hưởng. Nếu bạn thuyết phục một người tạo ảnh hưởng rằng sản phẩm hay dịch vụ của bạn có giá trị và liên quan tới khách hàng của họ, thì họ sẽ chia sẻ nó cho những người theo dõi họ.

● Tuy nhiên, bạn có thể tự đặt ra câu hỏi "Làm thế nào để có thể thực hiện được bí mật marketing của Apple trong thế giới kinh doanh của bạn?"

● Một cách thức khác sử dụng bí mật của Apple là áp dụng chương trình dùng thử miễn phí. Hãy đề nghị dùng thử sản phẩm hay dịch vụ của bạn để đổi lại nhận được sự khen ngợi tích cực của khách hàng trải nghiệm.

● Nếu sản phẩm dùng thử miễn phí của bạn không khả thi, khi đó, hãy liên hệ với các khách hàng hài lòng hiện có của mình và yêu cầu họ đánh giá hay nhận xét. Đăng những nhận xét này lên trang web của bạn.

● Không quên đính kèm hình ảnh hoặc avatar cùng với mỗi nhận xét của khách hàng, tên và đường link quay trở lại trang web của họ nếu có thể

● Điều này sẽ mang lại thêm những minh chứng mang tính xã hội về những nhận xét tích cực của khách hàng đối với thương hiệu của bạn

● Bạn cũng có thể thực hiện chiến lược tạo chiến thắng này của Apple bằng cách xây dựng các tình huống nghiên cứu.

● Adam Sutton thuộc MarketingZeus.com cho rằng bạn nên sử dụng một đề cương xây dựng tình huống nghiên cứu cho mình như sau:

1. Thách thức- mô tả vấn đề khách hàng của bạn phải đối mặt hoặc mô tả cơ hội họ cần nắm bắt lấy.

2. Hành động- nhanh chóng đề cập cách thức làm thế nào khách hàng tìm ra công ty của bạn, sau đó, tập trung vào các bước đi bạn đưa ra để giải quyết thách thức. Cụ thể và chứng minh khả năng làm việc cùng chuyên môn của mình với khách hàng.

3. Kết quả- Thể hiện cách bạn loại bỏ thách thức và mang lại lợi nhuận cho khách hàng.

#2 KHÔNG ĐỐI ĐẦU BẰNG GIÁ CẢ

CẠNH TRANH VỀ GIÁ CÓ THỂ SẼ LÀM SỤP ĐỔ HOÀN TOÀN CÔNG VIỆC KINH DOANH CẢU BẠN- VÀ APPLE CHẮC CHẮN BIẾT ĐIỀU NÀY

● Giảm giá và cạnh tranh về giá sẽ dẫn tới “một cuộc đua vào ngõ cụt”.

● Điều này nghe chừng như là một ý tưởng hay, tuy nhiên, đó là tầm nhìn thiển cận “bạn nhận được điều tương xứng với cái bạn bỏ ra” chưa bao giờ đúng đến thế khi các doanh nghiệp và những người làm nghề tự do cố gắng hạ thấp giá của nhau xuống.

● Apple tập trung vào USP của họ (đề xuất giá trị độc nhất) đó chính là thiết kế đẹp mắt mà bạn có thể nhìn thấy ngay khi mở hộp với bao bì ngày càng nhỏ gọn hơn.

● Còn chi phí thì sao? Ồ, chúng ta vừa nói Apple tuyệt đối không cạnh tranh về giá! Thực tế, bạn sẽ phải chắc chắn một điều rằng sẽ phải trả giá cao hơn-đôi khi cái giá rất cao để có được một sản phẩm của Apple so với phiên bản của cùng sản phẩm tương tự của đối thủ cạnh tranh.

● Apple không để ý tới sự cạnh tranh. Trong khi người khác tập trung vào một tính năng thế mạnh duy nhất, thì Apple tập trung vào toàn bộ sản phẩm và thực tế đã chứng minh điều đó.

● Bạn có thể thực hiện cùng chiến lược này, bất kể thị trường bạn tham gia là thị trường ngách hay ngành và bất kể mô hình kinh doanh của bạn là gì.

● Dù bạn đang bán các sản phẩm hay dịch vụ, yếu tố để tạo ra chiến lược mang lại hiệu quả cho bạn là chắc chắn rằng bạn điều chỉnh giá cao hơn.



#3 ĐƠN GIẢN HÓA CÁCH MARKETING

APPLE HIỂU RẰNG CÁC KHÁCH HÀNG CÔNG NGHỆ THƯỜNG GẶP LÚNG TÚNG. ĐIỀU NÀY CŨNG ĐÚNG VỚI CÁC THỊ TRƯỜNG NGÁCH VÀ CÁC NGÀNH KHÁC.

● Apple hiểu rằng các khách hàng công nghệ thường gặp lúng túng. Điều này cũng đúng với các thị trường ngách và các ngành khác.

● Apple giúp giảm sự bối rối của khách hàng bằng cách đơn giản hóa trang web và các bản doanh số của mình. Họ tránh toàn bộ các thuật ngữ ngành.

● Thay vào đó, họ sử dụng các từ ngữ đơn giản, trực diện và họ thường nhấn mạnh những lợi ích mà khách hàng cần và sẽ hân hoan nhận được mà vẫn duy trì kiểu cách đơn giản và khách hàng của họ thích điều đó

● Apple cũng áp dụng nguyên tắc ngày vào các chương trình chạy quảng cáo. Bạn còn nhớ những điểm cổ điển này không “Mac và PC”?

● Điều mà các quảng cáo và marketing của Apple truyền tải không phải là các thông số và tính năng mà hơn thế đó là cách thức làm thế nào sản phẩm có thể thay đổi cuộc sống của bạn và làm cho cuộc sống tốt hơn. Tuy nhiên, Apple không dừng lại ở đó.

● Các sản phẩm của họ luôn được thiết kế kiểu dáng đẹp và nhỏ nhắn, với gam màu đơn giản, tinh tế, gọn nhẹ.

● Họ mang theo triết lý “đơn giản hơn sẽ tốt hơn” suyên suốt các dòng sản phẩm của mình. Họ không làm cho khách hàng tiềm năng lúng túng với quá nhiều lựa chọn, thông số hay các tùy chọn.

● Bạn có thể áp dụng ví dụ của Apple trong lĩnh vực của mình như thế nào?

● Bắt đầu bằng cách chắc chắn rằng trang web và blog của bạn có những nội dung có thể sàng lọc được. Nghiên cứu chỉ ra rằng chỉ 16% các khách ghé thăm trang web đọc từng từ trên trang

● Đa số người dùng - 79% đọc lướt các trang web.

● Để đảm bảo nội dung của bạn có thể sàng lọc, hãy sử dụng các gạch đầu dòng để truyền tải các lợi ích. Đảm bảo các tiêu đề và tiêu đề phụ phải rõ ràng, sống động và dãn dòng lớn.

● Không cố đưa ra từng tính năng sản phẩm hay dịch vụ trên trạng. Thay vào đó, tập trung vào giá trị cốt lõi nhất của từng sản phẩm. sau đó, nhấn mạnh vào giá trị đó.

● Nếu bạn có các mức độ dịch vụ hay sản phẩm hoặc gói sản phẩm khác nhau, thì hãy làm sao để khách hàng dễ dàng so sánh và đối chiếu từng mức độ để họ có thể thấy tính năng/lợi ích nào hấp dẫn với họ nhất.

● Lựa chọn một thiết kế tinh tế, nhỏ nhắn cho các trang đích của mình. Giảm bớt các trang phụ xung quanh các phần nội dung quan trọng trong trang như thanh bên và các công cụ. Khi đó, người dùng chỉ tập trung vào sản phẩm chính.

● Cuối cùng, nếu bạn có ngân sách, hãy thuê một người chuyên viết quảng cáo, đặc biệt là các trang bán hàng dịch vụ và sản phẩm quan trọng.

#4 NÓI CHUYỆN THEO NGÔN NGỮ CỦA KHÁCH HÀNG

APPLE KHÔNG HOÀN TOÀN KHÔNG ĐỀ CẬP ĐẾN CÁC THÔNG SỐ VÀ CHI TIẾT KỸ THUẬT SẢN PHẨM.

● Tuy nhiên, họ đưa vào các trang trong. Khách ghé thăm website của Apple trước tiên phải cuộn các hình ảnh sản phẩm đẹp mắt và trang quảng cáo đơn giản có font lớn sẽ cho họ biết về các lợi ích của sản phẩm.

● Ban đầu, khách hàng của Apple sẽ không tìm được những từ như megabytes hay gigahertz. Họ tìm các từ mà họ biết và hiểu như:

1. Viền kính
2. Màn hình hiển thị võng mạc
3. Đèn nền LED

● Apple biết rất rõ khách hàng. Và họ biết nói theo cách khách hàng cảm thấy thoải mái, không bị lúng túng hay bối rối.

● Trang web của bạn có nói theo ngôn ngữ của khách hàng? Hãy tạo ra một danh mục khách hàng cho từng phân đoạn đối tượng khách hàng chính là cách tốt nhất để bạn tìm ra vấn đề.

● Tốt hơn nữa, quá trình tạo danh mục này sẽ giúp bạn hiểu được đối tượng khách hàng của mình hơn.

● Khi đó, bạn có thể mang lại cho khách hàng điều họ đang tìm kiếm- và giúp nội dung của bạn trở nên hấp dẫn hơn và đáng giá hơn.

● Dưới đây là cách thức làm thế nào để đảm bảo rằng bạn đang trao đổi với người dùng và khách hàng của mình theo cách họ hiểu được và cảm thấy thoải

Bước 1: xây dựng danh mục khách hàng-hoặc avatar khách hàng- đối với từng phân đoạn khách hàng chính. Danh mục khách hàng càng chi tiết, thì việc sử dụng chúng sẽ hiệu quả hơn.

● Bao gồm các yếu tố như tuổi tác, giới tính, nghề nghiệp và các thông tin cá nhân khác cộng với các đặc điểm về nỗi đau, sợ hãi, mong muốn… Động lực nào thúc đẩy họ mua sản phẩm? Họ cần điều gì trước khi họ tin bạn? bạn có thể đáp ứng nhu cầu đó như thế nào?

Bước 2: đặt tên cho từng danh mục. Tìm hình ảnh của một người- gồm hình ảnh từ Google hoặc kho ảnh trên web- phù hợp với danh mục. Ý tưởng ở đây là tạo ra một danh mục trông thực tế, sống động.

Bước 3: trao đổi với những người này trong bản marketing của bạn theo ngôn ngữ họ hiểu được. Nhìn từng trang trên web và hiệu đính lại những nội dung không giống với cách thức bạn đang thực sự nói chuyện với họ.

● Giả vờ như bạn đang nói chuyện với người đó và trang quảng cáo của bạn sẽ trở nên hấp dẫn với những khách hàng tương tự



#5 THIẾT KẾ TRẢI NGHIỆM TỐT CHO KHÁCH HÀNG

MỘT TRONG NHỮNG ĐIỀU MÀ NGƯỜI HÂM MỘ APPLE ĐÁNH GIÁ CAO VỀ MÁY TÍNH CỦA APPLE LÀ VIỆC CÀI ĐẶT DỄ DÀNG. Đ ƠN GIẢN THEO ĐÚNG NGHĨA ĐEN LÀ MỞ LÊN, CẮM, BẬT..

● Đúng vậy, Apple dành hàng nghìn giờ vào việc thử nghiệm và thiết kế, tinh lọc những thiết kế này. Họ làm vậy để những gì bên trong chiếc hộp khớp với hộp và hộp khớp với những gì bên trọng

● Trải nghiệm cửa hàng Apple không chỉ là một cuộc dạo chơi nhanh chóng đối với hầu hết mọi người. Họ vào cửa hàng và dừng chân lại để thử nghiệm sản phẩm, đặt câu hỏi về những "thiên tài" đã làm việc ở đây- và nhiều trong số họ ra về với những sản phẩm mới trên tay.

● Để thực hiện bí mật "con mắt thiết kế" của Apple, hãy bắt đầu bằng cách xây dựng biểu đồ trải nghiệm khách hàng đối với thương hiệu của bạn. Lưu ý mỗi bước quan trọng và nơi diễn ra (ví dụ trên trang Facebook, một trang cụ thể trên website của bạn…)

● Tiếp theo, phân tích từng miếng ghép trong "bảng trải nghiệm" và tính điểm số cao thấp phù hợp với toàn bộ thương hiệu của bạn. Điều bạn cần cải thiện là gì?

#6 NHẮM VÀO CHÍNH CẢM XÚC CỦA KHÁCH HÀNG

CÁC KẾT NỐI CẢM XÚC LÀ CHÌA KHÓA DẪN TỚI THÀNH CÔNG TRONG MARKETING. ĐÓ LÀ ĐIỀU LÀM NÊN NHỮNG CÂU CHUYỆN, VIDEO

● Bạn phải hiểu và đăng thể loại nội dung khách hàng mục tiêu của mình mong muốn
● Loại nội dung nào được chia sẻ nhất trên các mạng xã hội hàng đầu? hóa ra, đó là nội dung gây sợ hãi hay gây cười hoặc cả hai.
● Để gợi lên và xây dựng cảm xúc của khách hàng theo cách Apple thực hiện, sử dụng ngôn ngữ cảm xúc trong quảng cáo của bạn nếu phù hợp để làm vậy
● Đảm bảo nội dung trôi chảy. Một cách để làm điều này là sử dụng các từ ngữ cảm xúc trong quảng cáo
● Nghĩ về những ảnh hưởng cảm xúc mà sản phẩm hay dịch vụ của bạn có thể mang lại cho khách hàng. Sau đó, tìm kiếm hoặc tạo ảnh để sử dụng thể hiện cảm xúc tương tự.
● Tìm kiếm các hình ảnh phù hợp với nội dung có thể sẽ mất thời gian và cần sự kiên nhẫn, nhưng nó rất đáng giá.
● Các hình ảnh không chỉ mang lại lợi ích hình ảnh trên trang và phá vỡ những nhàm chán của các văn bản –chúng cũng giúp truyền tải thông điệp của bạn và chuyển người đọc thành đối tượng thuê bao đăng ký.

#7 XÂY DỰNG CỘNG ĐỒNG NGƯỜI DÙNG

● APPLE ĐÃ TẠO DỰNG ĐƯỢC THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN VÀ VĂN HÓA VUI VẺ, HÀI HÒA, THÂN THIỆN, TRÁI NGƯỢC VỚI ĐỐI THỦ CỦA HỌ.

● Apple khiến khách hàng muốn được thuộc về cộng đồng đó.

● Apple vốn hóa một cách thông minh dựa trên sử phổ cập khả năng tự nhận thức đó khiến khách hàng tin rằng thương hiệu hiểu được họ và giống họ

● Ngay cả các thương hiệu nhỏ cũng có thể xây dựng một cộng đồng người dùng và khách hàng tận tụy. Bạn có thể bắt đầu xây dựng một cộng đồng trước khi bạn tung ra những mặt hàng đầu tiên để bán.

● Bước đầu tiên và quan trọng nhất để xây dựng một cộng đồng người dùng lớn, mạnh mẽ và cuốn hút là làm sao tạo dựng được giá trị và cá tính thương hiệu riêng.

● Bạn phải tạo dựng một hình ảnh chính xác và sống động về thương hiệu theo cách riêng của bạn-thông điệp cốt lõi của thương hiệu, các giá trị nằm sâu bên tọng, cá tính và giá trị tượng trưng chính là những đặc điểm chính trên tất cả.

● Khi đó, bước tiếp theo của bạn là đảm bảo rằng các trang của bạn, các trang tiếp thị và nội dung phải thể hiện được các giá trị này và cá tính thương hiệu.

● Từng khía cạnh của website phải phù hợp với những từ ngữ bạn lựa chọn để mô tả thương hiệu từ đồ họa đến fonts chữ hay màu sắc.

● Cuối cùng nhưng không không kém phần quan trọng, thể hiện cho người đọc và người dùng biết được bạn chân trọng họ cũng như ý kiến của họ. Để học biết rằng bạn quan tâm sâu sắc tới họ

● Làm thế nào bạn có thể làm điều này trên trang web một cách hiệu quả? Bạn có thể thử mọi cách hoặc tất cả các gợi ý dưới đây để bắt đầu:

● Hỏi các câu hỏi mở trong nội dung của bạn.

● Trả lời những nhận xét trên các nội dung bạn đăng trên blog-trao đổi đàm thoại

● Cố gắng gợi các cuộc đàm thoại với người dùng/người đọc của bạn trên các trang mạng xã hội.

● Xây dựng chương trình trao thưởng giới thiệu đối với các khách hàng giới thiệu khách hàng mới.

● Tương tác với khách hàng qua email.

“

SO TEAM:

WE HELP PEOPLE SUCCEED

SUCCESSOCEANS.COM

”